

Alternative à Slack, le réseau social suisse Tribo s'ouvre aux entreprises

La startup genevoise, avec son réseau social privé, vient de signer un premier contrat avec une multinationale basée à Dubaï.



Julien de Weck

Publié: 01.11.2021, 21h16



Réinventer la manière dont on communique au bureau. Le moto du média social Tribo, crée par la Genevoise Natalia Tsarkova, se matérialise par une application mobile où les cadres dirigeants et collaborateurs peuvent communiquer par vidéo ou écrit. Conçu à la base pour fédérer les festivaliers autour d'un événement ponctuel, le réseau social privé se déploie désormais auprès des sociétés, en leur proposant une solution interactive pour leur communication interne. «L'accélération de la technologie, le COVID et les médias sociaux ont brouillé les frontières entre le présentiel et le numérique, relate Natalia Tsarkova. Les besoins en outils interactifs pour les visioconférences et la communication interne des entreprises ont explosé. Notre solution permet d'informer et d'engager les équipes autour de l'histoire et de la culture de l'organisation.»

Diplômée du Massachusetts Institute of Technology (MIT), la fondatrice a bâti sa carrière dans la retransmission de musique live à la télévision. Après avoir vendu sa société de vidéos à la demande iConcerts, elle a développé Tribo en partant d'un constat: «La vie numérique de tout événement se déroule sur les réseaux sociaux. Les organisateurs d'événements développent des stratégies sur ces plateformes, or ils investissent de l'argent pour servir sur un plateau les données de leur communauté à Facebook ou Google.»

Elle lance officiellement la plateforme Tribo lors du Digital Day en 2018. Si le réseau social connaît un succès d'estime en Suisse - Verbier Festival, Zurich Film festival, etc... - la pandémie va lui offrir un véritable coup d'accélérateur et réorienter l'offre vers les conférences et les entreprises. «Les solutions informatiques existantes sont axées sur l'information et les processus et ne parvenaient pas à impliquer les utilisateurs à un niveau émotionnel, ce que nous offrons», insiste sa fondatrice.

Série A en préparation

Incubée dans les locaux du fonds d'investissement immobilier Stoneweg à Genève, Tribo le compte parmi ses premiers clients et investisseurs. Le contrat signé fin octobre avec la multinationale Fine Hygienic Holding (FHH) et ses 4000 employés lui ouvre un nouveau marché et permet de passer un cap. «Nous avons désormais près de 15000 utilisateurs de l'app, souligne Natalia Tsarkova. FHH disposait d'une multitude de canaux de communication qui se diluaient. Avec Tribo, l'entreprise dispose désormais de plusieurs canaux pour chacune de ses équipes et pour l'ensemble du groupe dans une seule et unique application, qui garde tout le monde à bord.»

La solution dite SaaS (« Software as a Service ») est hébergée dans le cloud et les données restent propriétés de l'entreprise, comme avec l'application Slack. Conseillée notamment par Nicholas Negroponte, le fondateur du Media Lab du MIT et premier investisseur du magazine américain Wired, la startup prépare sa première levée de fonds (Série A, 5 millions de francs).

Julien de Weck est journaliste, rédacteur en chef du magazine Bilan. Passé par la banque et la photographie, le print et les Internets. Histoires(s), défis d'aujourd'hui et solutions de demain.

Publié: 01.11.2021, 21h16

Vous avez trouvé une erreur? Merci de nous la signaler. [Rapporter maintenant.](#)

THÈMES

Start-ups suisses

Innovation